INSETE

# ελληνικός ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Επιτεύγματα, Προκλήσεις, Προοπτικές

## ΣΥΝΟΨΗ

ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2026

Ο **τουρισμός διεθνώς** αποτελεί μια οικονομική δραστηριότητα με **ισχυρούς ρυθμούς ανάπτυξης διαχρονικά**, με Μέσο Ετήσιο Ρυθμό Μεταβολής (ΜΕΡΜ) διεθνών αφίξεων άνω του +4% μετά το 1990. Πρόσφατα, παρά τις πανδημίες, γεωπολιτικές κρίσεις και πληθωρισμό, ο αριθμός των διεθνών αφίξεων επέστρεψε και ξεπέρασε τα προ-COVID επίπεδα. Το 2025 κατεγράφησαν 1,52 δισεκατομμύρια αφίξεις παγκοσμίως (+4% vs 2024), και οι προβλέψεις του UNWTO κάνουν λόγο για έως 1,9 δισεκατομμύρια έως το 2030.

Η **Ελλάδα αποτελεί έναν από τους πιο επιθυμητούς προορισμούς παγκοσμίως** (No. 3 σε Γερμανία και Ιταλία και No. 4 σε Ηνωμένο Βασίλειο και Γαλλία) και ο ελληνικός τουρισμός διανύει σήμερα μια πολύ ώριμη και παραγωγική φάση της ιστορίας του. Το 2025 σηματοδότησε νέα ιστορικά υψηλά σε όλα τα βασικά μεγέθη, επιβεβαιώνοντας ότι ο τουρισμός αποτελεί ένα πολύ ισχυρό διεθνώς ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας ενώ παράλληλα αναδείχθηκαν σαφώς οι άξονες στους οποίους πρέπει να εστιαστεί η πολιτική για την ισχυροποίηση και αναβάθμιση της θέσης αυτής με άξονες την βιωσιμότητα, την ανθεκτικότητα και την περαιτέρω ενίσχυση του brand του ελληνικού τουρισμού διεθνώς.

## Βασικά Μεγέθη 2025

### ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΥΨΗΛΟ

Αφίξεις (χωρίς κρουαζιέρα)

**37,98** εκατ. **+5,6%**

Εισπράξεις (χωρίς κρουαζιέρα)

**€22,6** δισ. **+9,8%**

Μεταβολή έναντι 2024

### ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ

ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΥΨΗΛΟ

Αφίξεις

**5,33** εκατ. **+12,0%**

Εισπράξεις

**€1,0** δισ. **+2,0%**

Μεταβολή έναντι 2024

### ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΣΤΟ ΑΕΠ

**13,0%** άμεση

0% 28,7-34,6% 50%

**Άμεση** (μπλε) και **συνολική** συνεισφορά (εύρος), με πολλαπλασιαστή 2,2×–2,65× (ΙΟΒΕ/ΚΕΠΕ).

### ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΑΙΧΜΗΣ (Q3)

ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΥΨΗΛΟ

**475.000** εργαζόμενοι

**10,8%** της συνολικής απασχόλησης της χώρας.

### ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ

**9,1** /10

Πολύ υψηλή αξιολόγηση υπηρεσιών, **υψηλότερη από τον ανταγωνισμό**.

### ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

**21η** θέση +38 θέσεις

Τουρισμός Γενική Οικονομία

**38 θέσεις** πάνω από τη γενική οικονομική ανταγωνιστικότητα της χώρας.

*Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Τράπεζα της Ελλάδος, TCI, WEF - Επεξεργασία INSETE Intelligence*

## 1. Διαχείριση και Ανάπτυξη των Προορισμών

Παρά την δυναμική ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, **οκτώ από τις δεκατρείς Περιφέρειες συγκεντρώνουν μόλις το 10% των εσόδων** – ενώ πέντε νησιά δέχονται το 47% των διεθνών αφίξεων. Ακόμα, αν και το ποσοστό των διεθνών αφίξεων / εισπράξεων του Γ΄ τριμήνου υποχώρησε από 56,0% / 58,3% το 2019 σε 52,4% / 52,5% το 2025, η **εποχικότητα** παραμένει δομικό αδύνατο σημείο.

Αυτή η ανισοκατανομή των τουριστικών ροών στον χώρο και τον χρόνο δημιουργεί συνωστισμό σε μερικούς προορισμούς κατά τις περιόδους αιχμής και υποανάπτυξη στο μεγαλύτερο μέρος της χώρας:

Σύμφωνα με την ΚΥΑ με την οποία θεσμοθετείται το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό (ΕΧΠΤ), **το 90% των Δημοτικών Ενοτήτων που καλύπτουν το 95% της επιφάνειας της χώρας έχουν μικρή έως μηδαμινή τουριστική ανάπτυξη**. Άρα, σε επίπεδο χώρας, δεν υπάρχει πρόβλημα όγκου επισκεπτών αλλά πρόβλημα διαχείρισης των ροών ώστε να υπάρξει λιγότερος συνωστισμός σε συγκεκριμένα σημεία και συγκεκριμένες χρονικές στιγμές, μέσω της χωρικής και χρονικής επέκτασης της τουριστικής δραστηριότητας.

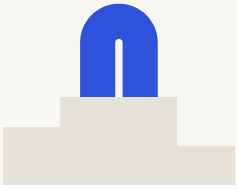
Η δημιουργία **θεσμικά ισχυρών Οργανισμών Διαχείρισης Προορισμών (DMMOs)** που δεν θα περιορίζονται στην τουριστική προβολή αλλά θα σχεδιάζουν, διαχειρίζονται και αναπτύσσουν Έξυπνους Προορισμούς και θα κατευθύνουν τη ζήτηση προς ανεκμετάλλευτες περιοχές και προς περιοχές με τουριστική δυναμική.

Οι **στοχευμένες επενδύσεις** και η **ανάπτυξη και διαχείριση των προορισμών** μπορεί να συμβάλει και στην ανακοπή και αντιστροφή της τάσης μείωσης της **Μέσης Διάρκειας Παραμονής** (από 7,4 διανυκτερεύσεις (2019) σε 6,1 (2025) (–17,2%)), μέσω της δημιουργίας περισσότερο ελκυστικών προϊόντων και υπηρεσιών που θα δώσουν κίνητρα στους ταξιδιώτες να παρατείνουν τον χρόνο των διακοπών τους και να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα.

## 2. Οι Άνθρωποι του Τουρισμού

Ο τουρισμός αποτελεί μια κατ' εξοχήν ανθρωποκεντρική δραστηριότητα: το 2025, η απασχόληση στα καταλύματα και την εστίαση έφτασε στο τρίτο τρίμηνο στο υψηλότερο σημείο, με **475.200 εργαζόμενους** (**10,8 %** του συνόλου του ανθρώπινου δυναμικού), ενώ παρατηρήθηκαν και σημαντικές βελτιώσεις στα ποιοτικά χαρακτηριστικά: πλήρης απασχόληση στο **90,4%** (από 82,1% το 2019), ισορροπία φύλων **50/50 για πρώτη φορά** και περιορισμός της ανασφάλιστης εργασίας.

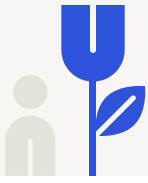
Ωστόσο εκτός από τις **ελλείψεις ανθρώπινου δυναμικού** που παρουσιάζονται στα ξενοδοχεία και που το 2025 ανήλθαν σε 14% των θέσεων εργασίας, υπάρχει και **έλλειμμα στις δεξιότητες**: μόλις το 24% των εργαζόμενων στα ξενοδοχεία είναι απόφοιτοι τουριστικών σχολών, η Ελλάδα υστερεί στον Ευρωπαϊκό Δείκτη Δεξιοτήτων, και η εποχικότητα λειτουργεί ως αντικίνητρο για σταθερές σταδιοδρομίες. Η ψηφιακή επανάσταση εντείνει τις απαιτήσεις: ΤΝ, αυτοματοποίηση και ψηφιακά εργαλεία αναδιαμορφώνουν ριζικά το απαιτούμενο προφίλ δεξιοτήτων. Η **μετάβαση του τουριστικού τομέα από την προσφορά «θέσεων εργασίας» στην προσφορά δυνατοτήτων «σταδιοδρομίας»** – μέσω στοχευμένης κατάρτισης, upskilling και επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου – αποτελεί την πιο στρατηγική επένδυση που μπορεί να κάνει ο τομέας. [1]



## 3. Ανταγωνιστικότητα

Η Ελλάδα κατατάσσεται **21η παγκοσμίως** στον Δείκτη Τουριστικής Ανταγωνιστικότητας του WEF (TTDI 2024), **38 θέσεις πάνω** από την κατάταξή της ως προς τη γενική οικονομική ανταγωνιστικότητά της –η τουριστική υπεροχή δεν αποτελεί τυχαία εξέλιξη βασισμένη στα γεωγραφικά χαρακτηριστικά της χώρας, αλλά αποτέλεσμα επενδύσεων, τεχνογνωσίας και ποιοτικής προσφοράς. Η υστέρηση έναντι Ισπανίας (2η), Γαλλίας (4η), Ιταλίας (9ης) και Πορτογαλίας (12ης) εντοπίζεται κυρίως σε κενά υποδομών και διακυβέρνησης – όχι στο ίδιο το τουριστικό προϊόν.

Εις βάρος της ανταγωνιστικότητας αλλά και των προσπαθειών άμβλυνσης της εποχικότητας λειτουργεί η φορολογική επιβάρυνση του κλάδου σε σύγκριση με ανταγωνιστικούς προορισμούς: η φορολογική ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας στον τουρισμό, την τοποθετεί στην 5η θέση μεταξύ επτά ευθέως ανταγωντιστικών χωρών στον τουρισμό (πίσω από Κύπρο, Πορτογαλία, Τουρκία και Ισπανία και μπροστά από Κροατία και Ιταλία). Η φορολογική επιβάρυνση, ιδιαίτερα με υψηλούς φόρους επί των τιμών (ΦΠΑ, Τέλος Ανθεκτικότητας στα καταλύματα) και μάλιστα χωρίς ανταποδοτικότητα, περιορίζει τη δυνατότητα επανεπένδυσης και αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος αλλά και λειτουργίας εκτός σεζόν καθώς μόνο στη σεζόν οι υψηλές τιμές επιτρέπουν την «απορρόφηση» της υψηλής φορολογίας χωρίς να πλήττεται η κερδοφορία.



## 4. Βιωσιμότητα

Η ελληνική κοινωνία επιδεικνύει ισχυρή αλλά υπό όρους αποδοχή του τουρισμού: 82,4% αξιολογεί θετικά την οικονομική συνεισφορά (NSI +72,1), ενώ εκφράζει έντονες ανησυχίες για τα ενοίκια (NSI −66,0) και το κόστος ζωής. Αν και τόσο τα ενοίκια, όσο και το κόστος ζωής επηρεάζονται από πληθώρα παραγόντων πέρα από τον τουρισμό, η διαχείριση και αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων αποτελούν προϋπόθεση για την ανθεκτικότητα του τουρισμού μακροχρόνια.

Η κοινωνική αποδοχή του τουρισμού είναι μεγάλη τόσο για την οικονομική σημασία του και την απασχόληση που προσφέρει, αλλά και για την πρόοδο που έχει επιτελέσει: σε δημοσκόπηση για τα 50 χρόνια της Μεταπολίτευσης, το 54% των Ελλήνων αναγνωρίζει τον τουρισμό ως τον κλάδο με τη μεγαλύτερη πρόοδο κατά την περίοδο 1974–2024.

Στο περιβαλλοντικό επίπεδο, το κενό ωριμότητας είναι σημαντικό: μόλις το 8% των ξενοδοχείων φέρει πιστοποίηση βιωσιμότητας, ενώ το 73% των επιχειρήσεων δεν έχει θέσει στόχο μείωσης εκπομπών έως το 2030 – παρόλο που νομική υποχρέωση (–30% έναντι 2019) ισχύει ήδη. Η κλιματική αλλαγή αποτελεί ταυτόχρονα απειλή και ευκαιρία: αναδεικνύει τη βιώσιμη πιστοποίηση σε κρίσιμο ανταγωνιστικό εργαλείο, ιδίως μετά την εφαρμογή της οδηγίας ECGT (Ν. 5317/2026). Η πρωτοβουλία METRON Sustainable Tourism του ΣΕΤΕ αποτελεί ολοκληρωμένο πλαίσιο αυτοδέσμευσης και συμμόρφωσης για τον κλάδο.

Η θεσμοθέτηση του νέου Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου για τον Τουρισμό αποτελεί μια σημαντική θεσμική εξέλιξη, καθώς η χώρα αποκτά, μετά από μακρά περίοδο εκκρεμότητας, ένα αναγκαίο εργαλείο στρατηγικού χωρικού σχεδιασμού. Παρά τις όποιες ελλείψεις, η θεσμοθέτηση του ΕΧΠΤ αποτελεί σαφώς καλύτερη επιλογή από την απουσία οποιουδήποτε πλαισίου. Η επιτυχία του θα κριθεί από την εφαρμογή του και, κυρίως, από την ποιότητα του υποκείμενου σχεδιασμού, μέσω των Τοπικών και Ειδικών Πολεοδομικών Σχεδίων, όπου θα εξειδικευθούν οι κατευθύνσεις του με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής.Ένα διαχρονικό πρόβλημα αποτελεί η Εκτός Σχεδίου Δόμηση, η οποία αλλοιώνει τα τοπία, επιβαρύνει τη λειτουργία των Δήμων και των Οργανισμών Κοινής Ωφέλειας και αναλώνει αναπτυξιακή γη που είναι αρκετά περιορισμένη λόγω περιβαλλοντικών και αρχαιολογικών περιορισμών. Οι δυσμενείς επιπτώσεις της ΕΣΔ έχουν ενταθεί, ιδιαίτερα στα νησιά, με τις κατασκευές οικημάτων για βραχυχρόνια μίσθωση που επιπρόσθετα τα επιβαρύνουν με αυξημένο κυκλοφοριακό φόρτο καθώς οι ένοικοί τους χρειάζονται αυτοκίνητο για την ικανοποίηση όλων των αναγκών τους (πχ supermarket, πρόσβαση στη θάλασσα κλπ.). Τέλος, η βιωσιμότητα και ανθεκτικότητα του τουρισμού θα ενισχυθεί μέσω ενός σχήματος για την ολοκληρωμένη διακυβέρνηση του τουρισμού, αναβάθμισης των υποδομών, ψηφιακού μετασχηματισμού, κατάρτισης εργατικού δυναμικού και ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της τουριστικής προσφοράς.

## 5. Υποδομές

Το 2025 οι τουριστικές επιχειρήσεις εκτιμάται οτι διέθεσαν συνολικά περίπου €5 δισεκατομμύρια σε επενδύσεις, εκ των οποίων €2,8 δισ. ο ξενοδοχειακός κλάδος. Το τουριστικό προϊόν όμως βασίζεται σε μια αλυσίδα εμπειριών αξίας και οι ιδιωτικές επενδύσεις υψηλής ποιότητας δεν μπορούν να αντισταθμίσουν δημόσιες υποδομές που υστερούν και επηρεάζουν καθοριστικά την ελκυστικότητα των προορισμών. Το κενό αποτυπώνεται εύγλωττα στον WEF TTDI 2026: η Ελλάδα υστερεί έναντι βασικών ανταγωνιστών όπως η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιταλία και η Πορτογαλία, και κατατάσσεται 21η παγκοσμίως στον τουρισμό, λόγω υστέρησης στις υποδομές και τη διακυβέρνηση – και όχι λόγω αδυναμίας του ίδιου του προϊόντος.

Μια επείγουσα πρόκληση αφορά στη διαχείριση της εναέριας κυκλοφορίας που δεν έχει προσαρμοστεί στους ρυθμούς ανάπτυξης της επιβατικής κίνησης. Καθυστερήσεις πτήσεων κάθε καλοκαίρι, ανεπαρκής στελέχωση στα αεροδρόμια, λιμνάζοντες αναξιοποίητοι πόροι για εκσυγχρονισμό εξοπλισμού αεροναυτιλίας και ανομοιογένεια μεταξύ ιδιωτικών

και δημοσίως διαχειριζόμενων αεροδρομίων πλήττουν διαχρονικά το brand της χώρας. Αντίστοιχη ανάγκη παρέμβασης υπάρχει στις χερσαίες μεταφορές– βελτίωση οδικής και σιδηροδρομικής σύνδεσης τουριστικών προορισμών και λιμένων και αεροδρομίων, αναβάθμιση συνοριακών σταθμών, διαχωρισμός έργου ΚΤΕΛ από τουριστικά λεωφορεία και χώροι στάθμευσης στα αστικά κέντρα – και στο δίκτυο θαλάσσιων μεταφορών: η ακτοπλοΐα δεν είναι απλώς μεταφορά, είναι θεμελιώδης εθνική υποδομή και μάλιστα εθνικής σημασίας καθώς η ισχυρή ακτοπλοΐα στηρίζει τους νησιωτικούς προορισμούς συνολικά και όχι μόνο για τον τουρισμό τους. Παράλληλα, η ανάπτυξη σύγχρονων μαρινών και λιμένων κρουαζιέρας παραμένει πεδίο ανεκμετάλλευτου δυναμικού.

Εκτός από τις μεταφορές, η μελέτη αναδεικνύει τρία ακόμη κρίσιμα πεδία. Πρώτον, τη διαχείριση υδατικών πόρων – ζήτημα που οξύνεται ταχύτατα λόγω κλιματικής αλλαγής και υψηλής επισκεψιμότητας σε νησιωτικές περιοχές. Δεύτερον, τη συνεδριακή υποδομή: η Ελλάδα δεν διαθέτει ένα συνεδριακό κέντρο διεθνών προδιαγραφών για μεγάλα συνέδρια, με αποτέλεσμα να υστερεί σοβαρά στη διοργάνωση μεγάλων διεθνών συνεδρίων, μένοντας ως εκ τούτου εκτός μιας σημαντικής αγοράς με υψηλή δαπάνη, συχνά εκτός περιόδου αιχμής. Τρίτον, τον ρόλο των ΟΤΑ: καθαριότητα, σήμανση, προσβασιμότητα και πολιτιστικά δρώμενα που απευθύνονται και στο διεθνές κοινό αποτελούν χαμηλού κόστους, υψηλής απόδοσης παρεμβάσεις που παραμένουν σε μεγάλο βαθμό αναξιοποίητες.

Τέλος, ο αιγιαλός αποτελεί αναπόσπαστο στοιχείο του ελληνικού τουριστικού brand – και η δυνατότητα των παράκτιων καταλυμάτων να τον χρησιμοποιούν για την εξυπηρέτηση των πελατών τους είναι κρίσιμη τόσο για τη λειτουργικότητά τους όσο και για την επενδυτική ασφάλεια του κλάδου. Ο ν. 5092/2024 επέφερε σημαντικές αλλαγές στο καθεστώς παραχώρησης της απλής χρήσης αιγιαλού, με αποτέλεσμα μεγάλες αυξήσεις χρεώσεων και σοβαρές καθυστερήσεις στις διαδικασίες με αποτέλεσμα ορισμένες επιχειρήσεις που αναγκάστηκαν να λειτουργήσουν πριν ολοκληρωθεί τυπικά η παραχώρηση αντιμετώπισαν αποκλεισμό πέντε ετών από κάθε μελλοντική διαδικασία. Ο ν. 5313/2026 αντιμετώπισε μερικώς τα προβλήματα αυτά, αλλά εξακολουθούν να υφίστανται ζητήματα αναλογικότητας και ασφάλειας δικαίου που χρήζουν επίλυσης. Παράλληλα, η ίδια η ακτογραμμή – ένα ιδιαίτερα μεγάλης αξίας περιουσιακό στοιχείο του ελληνικού τουριστικού προϊόντος – αντιμετωπίζει αυξανόμενες πιέσεις διάβρωσης. Για τη συστηματική αντιμετώπιση του φαινομένου προτείνεται η θέσπιση Εθνικού Προγράμματος Προστασίας Ακτών με σταθερή χρηματοδότηση, απλοποιημένη αδειοδότηση μέσω ενιαίου φορέα και αντικειμενικά κριτήρια ιεράρχησης παρεμβάσεων.

## 6. Τεχνολογία

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός, που καλύπτει όλες τις πτυχές λειτουργίας μιας επιχείρησης από την πώληση έως την παροχή της υπηρεσίας, δεν αποτελεί επιλογή εκσυγχρονισμού αλλά προϋπόθεση επιβίωσης στην αγορά. Η αφετηρία παραμένει δυσμενής καθώς η Ελλάδα είναι τελευταία στην κατάταξη της ΕΕ το 2025, με βάση τον Δείκτη Ψηφιοποίησης. Η ΤΝ αναδιατάσσει ριζικά την αλυσίδα αξίας: η ανακάλυψη προορισμών μεταφέρεται από μηχανές αναζήτησης σε agentic βοηθούς ΤΝ, η εξατομίκευση εμπειρίας γίνεται σε πραγματικό χρόνο και τα Έξυπνα Συστήματα Διαχείρισης Προορισμού (Smart Destination Management) επιτρέπουν πρόβλεψη ζήτησης και ροών. [4]

Στον ορίζοντα, η Gen Alpha – ήδη 24,4% της αγοράς – αποτελεί την πρώτη πλήρως AI-native γενιά. Ο προορισμός που δεν θα είναι

ορατός στα οικοσυστήματα τεχνητής νοημοσύνης θα απουσιάζει από το ταξιδιωτικό σύμπαν της. Η δημιουργία εθνικού Data Hub τουρισμού, η ανάπτυξη δομημένων δεδομένων για την τροφοδοσία μοντέλων ΤΝ και η ψηφιακή κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού αποτελούν επενδύσεις με τον υψηλότερο πολλαπλασιαστή αποτελεσματικότητας για τον κλάδο.

## 7. Νέες Αγορές

Δύο σημαντικές αλλαγές είναι σε εξέλιξη στις αγορές του τουρισμού: η γεωγραφική μετατόπιση της οικονομικής ισχύος προς την Ασία και η γενεαλογική εναλλαγή των ταξιδιωτών.

Η Κίνα, η Ινδία και η Αυστραλία αντιπροσωπεύουν ήδη κολοσσιαία μεγέθη εξερχόμενου τουρισμού. Η διείσδυση της Ελλάδας στις αγορές αυτές παραμένει ακόμη χαμηλή, αν και η θέση της βελτιώνεται. Σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη των αγορών αυτών θα διαδραματίσει η αεροπορική συνδεσιμότητα και η διαφοροποιημένη στρατηγική ανά αγορά: ψηφιακή προβολή στην Κίνα, κτίσιμο brand στην Ινδία, επιμήκυνση σεζόν στην Αυστραλία.

Εξίσου σημαντική είναι και η πρόκληση από γενεαλογικές μεταβολές. Millennials, Gen Z και Gen Alpha αθροίζουν ήδη το 70% της αγοράς. Οι Millennials ζητούν αυθεντικότητα, η Gen Z αναζητά μέσω ΤΝ και επιλέγει με κριτήριο βιωσιμότητας, η Gen Alpha – η πρώτη πλήρως «AI-native» γενιά – θα θεωρεί αυτονόητη την υπερ-εξατομικευμένη ταξιδιωτική εμπειρία. Προορισμός που δεν θα είναι ορατός στα AI-οικοσυστήματα της επόμενης δεκαετίας, απλώς δεν θα υπάρχει στο ταξιδιωτικό σύμπαν των νέων γενεών. Η προσαρμογή δεν είναι επιλογή – είναι ζήτημα επιβίωσης.

## 8. Το Brand Ελλάδα

Η βαθμολογία εμπειρίας 9,1/10 και το Net Promoter Score 54 (+3 μονάδες έναντι 2024) εδραιώνουν τη θέση της Ελλάδας ανάμεσα στους προορισμούς με τους πιο ικανοποιημένους επισκέπτες παγκοσμίως. Οι 43,3 εκατ. τουρίστες που επισκέφθηκαν την Ελλάδα το 2025 αποτελούν τον ισχυρότερο ανεπίσημο πρεσβευτή της χώρας. Το brand Ελλάδα είναι ισχυρό – αλλά δεν αυτοσυντηρείται.

Η απουσία οργανισμών διαχείρισης των προορισμών, ο κορεσμός σε σημεία αιχμής, η φορολογική επιβάρυνση και η αδυναμία ψηφιακής παρουσίας απειλούν την εικόνα αυτή μεσοπρόθεσμα. Η αναβάθμιση του brand απαιτεί επενδύσεις σε υποδομές, εμπλουτισμό με θεματικές μορφές τουρισμού (γαστρονομία, πολιτισμός, ευεξία, αθλητισμός, οινοτουρισμός, MICE) και ανάδειξη νέων προορισμών που επεκτείνουν το brand πέραν των καθιερωμένων κόμβων. Κρίσιμη προϋπόθεση η στρατηγική παρουσία στα ψηφιακά κανάλια όπου σχηματίζονται οι αποφάσεις της νέας γενιάς ταξιδιωτών.

**ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΣΕΤΕ**

Βουκουρεστίου 32
106 71 Αθήνα
www.insete.gr
info@insete.gr
210 32 44 368

Η παρούσα μελέτη υλοποιήθηκε από το ΙΝΣΕΤΕ στο πλαίσιο της Πράξης:

«Αναβάθμιση, μετεξέλιξη και λειτουργία των σύγχρονων και αποτελεσματικών εργαλείων του ΙΝΣΕΤΕ, για ενημέρωση και διάχυση της πληροφόρησης στις επιχειρήσεις και στους εργαζομένους στον τουριστικό τομέα: GREEK TOURISM ANALYTICS DASHBOARD – GTAD»,με Κωδικό ΟΠΣ (MIS) 6003242, η οποία εντάσσεται στο Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα 2021-2027» και συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ+).

Με τη συγχρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής Ένωσης
ΕΣΠΑ 2021-2027
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ 2021 – 2027